

**PESQUISA DE INTENÇÃO DE CONSUMO E
DE COMEMORAÇÃO DOS RESIDENTES DE
MATO GROSSO DO SUL**

PÁSCOA

**Fecomércio MS**
Sesc | Senac | IPF

**IPF**
Instituto de Pesquisa
e Desenvolvimento
FECOMÉRCIO-MS

**SEBRAE**

Três Lagoas MS - Março de 2019

FECOMERCIO/MS**Diretoria Executiva****Diretor Presidente**

Edison Ferreira de Araújo

1º Vice Presidente

José Alcides dos Santos

2º Vice Presidente

Adeilton Feliciano do Prado

3º Vice Presidente

Valter Mario Silva Castro

Vice-Presidentes

Otávio de Araújo Philbois

Sueide Silva Torres

Daniel da Silva Amado Felicio

Diretor 1º Secretário

Denire Carvalho

Diretor 2º Secretário

Fabiano José Lopes

Amauri Ozori Nunes

Diretor 1º Tesoureiro

Sebastião José da Silva

Diretor 2º Tesoureiro

Paulo José Schmitz

Diretor 3º Tesoureiro

Antonio Marcos Dalavale

INSTITUTO FECOMÉRCIO**Presidente do IPF.**

Edison Ferreira de Araújo.

Diretor Superintendente do IPF.

Valmira Carvalho

BASES SINDICAISSindicato do Comércio Varejista de
Gêneros Alimentícios de Campo GrandeSindicato do Comércio Varejista de
Materiais de Construção de Campo GrandeSindicato dos Despachantes no Estado de
Mato Grosso do SulSindicato dos Representantes Comerciais
Autônomos e Empresas de Repres. MSSindicato do Comércio Varejista de
AquidauanaSindicato do Comércio Varejista de Campo
GrandeSindicato do Comércio Varejista de
CorumbáSindicato do Comércio Varejista de Três
LagoasSindicato do Comércio Atacadista e
Varejista de Dourados.Sindicato dos Revendedores de Veículos
Automotores de Campo Grande –
SINDIVEL/CGSindicato do Comércio Varejista de Ponta
PorãSindicato do Comércio Varejista de
AmambaiSindicato dos Comerciantes de Aparecida
do TaboadoSindicato do Comércio Varejista de
NaviraíSindicato do Comércio Varejista de
ParanaíbaSindicato dos Varejistas de Produtos
Farmacêuticos MSSindicato dos Centros de Formação de
Condutores de Mato Grosso do Sul – Auto
Escolas – SINDCFC-MSSindicato dos Empregadores no Comércio
de Nova AndradinaSindicato dos Proprietários de Salões de
Barbeiros, Cabeleireiros e Instituto de
Beleza para Senhoras e SimilaresSindicato das Empresas de Asseio e
Conservação de Mato Grosso do Sul**COORDENAÇÃO DA PESQUISA**

Daniela Teixeira Dias – IPF/MS

EQUIPE TÉCNICA – APOIOLeandro Lins – ÓTIMA Consultoria e
Inteligência de Mercado

Vanessa Schmidt - SEBRAE/MS

Liane dos Santos Pereira - SEBRAE/MS

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	4
Páscoa	4
Pesquisa	4
1. PERFIL DOS PESQUISADOS	6
Sexo	6
Faixa Etária	6
Grau de Escolaridade	7
Renda	7
Avaliação da Situação Econômico-financeira	8
2. INTENÇÕES DE CONSUMO	9
Sensibilidade dos Potenciais Consumidores em Função de Variações nos Preços	9
Pretensões de Compra de Ovos de Páscoa e Similares	10
Preferências de Compras	10
Quantidade de Itens a Serem Comprados	10
Presenteados	11
Pretensões de Gastos	11
Locais para Compras	12
Forma de Pagamento	12
Percentual da População que Fará Pesquisa de Preço	13
Elementos Levados em Consideração Durante a Compra	13
3. INTENÇÕES DE COMEMORAÇÃO	14
Percentual de Pessoas que Comemorarão a Páscoa	14
Principais Formas de Comemoração	14
Produtos Mais Comprados para a Semana Santa e Páscoa	15
Preferências – Tipos de Peixes	15
Gastos com Alimentação em casa	16
Gastos com Bebidas	16
4. TENDÊNCIAS DE MOVIMENTAÇÃO FINANCEIRA	17

Páscoa

A Páscoa possui uma vertente bíblica e é comemorada de diversas formas pelo mundo. Dentre os principais símbolos que remetem ao evento estão: lebres e coelhos. Símbolos esses que fazem referência a fertilidade, como a proveniente do ovo, trazendo consigo mensagens de felicidade, prosperidade, saúde e proteção.

Diante disso, observam-se três momentos voltados a esse evento: Semana Santa; troca de ovos de páscoa e/ou similares; Páscoa. A partir do qual se identificam além de rituais religiosos, uma movimentação financeira significativa na economia para segmentos específicos, por meio de demandas por peixes, ovos de páscoa, chocolate, ovos caseiros, caixas de bombons e coelhos de pelúcia.

Logo, a possibilidade de dinamismo em doçarias, chocolatarias, restaurantes, peixarias, supermercados e similares. Por isso, esta pesquisa teve por objetivo avaliar as intenções de consumo e de comemoração dos residentes de Três Lagoas para a Páscoa. Isto porque, o entendimento do comportamento do consumidor em suas decisões de compras, pode auxiliar e embasar as definições de estratégias empresariais, que atendam às necessidades dos potenciais clientes.

Pesquisa

Diante disso, percebe-se que os comportamentos e apelo emocional tendem a influenciar nas tomadas de decisões empresariais, bem como no desenvolvimento de estratégias.

Nesse sentido, algumas perguntas podem surgir, tais como: qual a estimativa de movimentação para a Páscoa em Três Lagoas? Como as pessoas poderão surpreender as outras? Os gastos com presentes e comemorações serão maiores, menores ou iguais aos do ano passado?

Para responder a essas perguntas, esta pesquisa teve por objetivo avaliar as intenções de consumo e de comemoração dos residentes de Três Lagoas para a Páscoa.

Para tanto, foram aplicados 266 questionários em Três Lagoas, de 21 de fevereiro a 11 de março, considerando 95% de nível de confiança e margem de erro de 6% (Quadro 1).

Cabe destacar que o levantamento das informações desta pesquisa foi realizado pela Ótima Consultoria e a análise dos dados pelo IPF, a partir do qual atualizações metodológicas foram necessárias desde 2017.

Ajustes metodológicos esses que incluem a atualização da população estimada, conforme dados do IBGE para o ano de 2016/2017; **inclusão de Bonito e Coxim** para as pesquisas do dia das mães, dia das crianças e natal; exclusão de *outliers* com 1 e 2 citações; **redução da quantidade de municípios para as pesquisas do dias dos namorados e dia dos pais**; e a desconsideração da quantidade de itens a serem comprados no cálculo de movimentação financeira (como era realizado anteriormente), de modo a evitar dupla contagem com a pergunta

“qual será o gasto em presentes?” Além da ponderação da participação de cada gasto citado, para que se tenha uma maior aproximação da realidade do Estado.

Por exemplo: 50% dos 100 pesquisados gastarão R\$50,00, 20% R\$100,00 e 30% R\$150,00, logicamente, o peso maior da movimentação e do gasto médio ocorrerá sobre R\$50,00. A fórmula então de estimativa de movimentação seria:

$$\text{Mov. Fin.} = ((\text{População ocupada aproximada} \times \text{\% de pessoas que comprará ou que comemorará}) \times \text{Mediana de gastos})$$

$$\text{Gasto médio} = \sum \left(\frac{\text{Mediana de Gastos} \times \text{Frequência } i}{\text{Frequência total}} \right)$$

De modo, a facilitar o entendimento dos resultados desta pesquisa, este relatório está estruturado em: perfil do pesquisado; intenção de consumo e gastos com presentes; intenção de comemoração e gastos com viagens, alimentação e bebidas; movimentação financeira.

Quadro 1: Detalhamento da população, margem de erro e amostra por município.

Município	Amostra	População	Margem de erro aproximada
Campo Grande	384	786.797	5%
Corumbá/Ladário/Bonito	266	131.382	6%
Dourados	363	218.069	6%
Ponta Porã	196	89.592	7%
Três Lagoas	266	117.477	6%
Mato Grosso do Sul - pelos municípios selecionados	1.475	1.519.323	De 5% a 7%

Fonte: IBGE, 2016. Elaboração: IPF/MS.

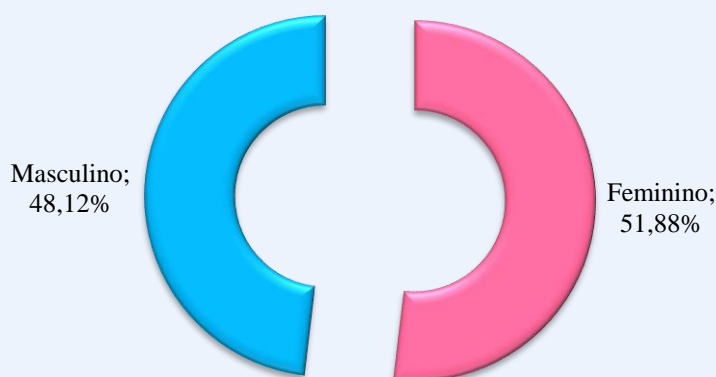
1. PERFIL DOS PESQUISADOS

O perfil do pesquisado ajuda a compreender como e por que alguns comportamentos tenderão a serem adotados pelos potenciais consumidores de Três Lagoas, durante a Páscoa. Por isso alguns tópicos dos resultados desta pesquisa se concentram nessa área. Além disso, de forma a captar outras peculiaridades, uma quantidade semelhante de questionários foi

aplicada entre pessoas pertencentes aos sexos feminino e masculino.

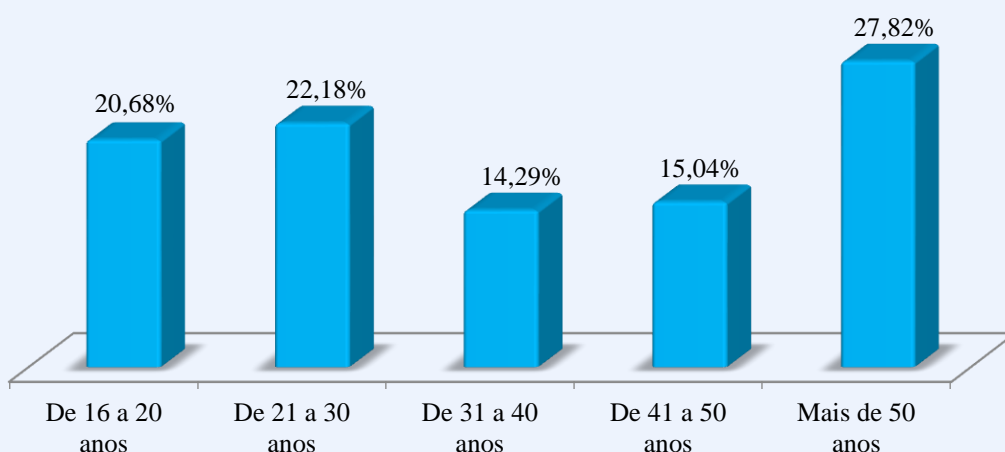
Assim, vale destacar que os principais resultados revelaram que 22,18% possuem entre 21 e 30 anos, detém o ensino médio completo (33,08%), ganha de 2 a 3 salários mínimos (38,72%) e admitiu que a situação econômico-financeira de 2019 está igual ao do ano de 2018 (43,61%).

Sexo



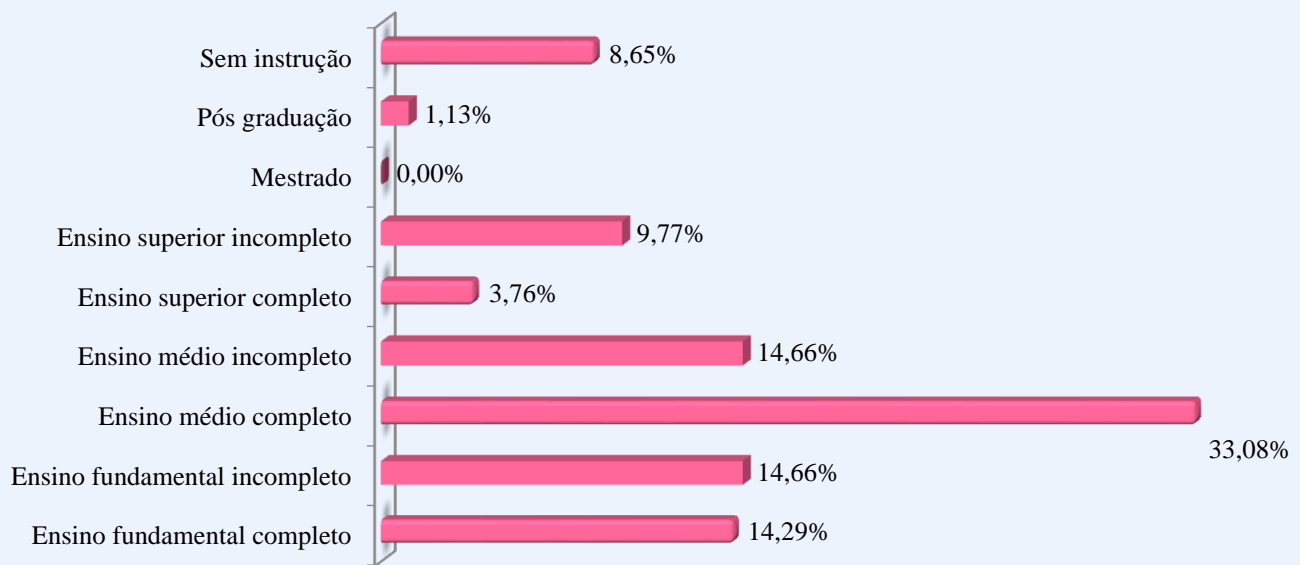
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Faixa Etária



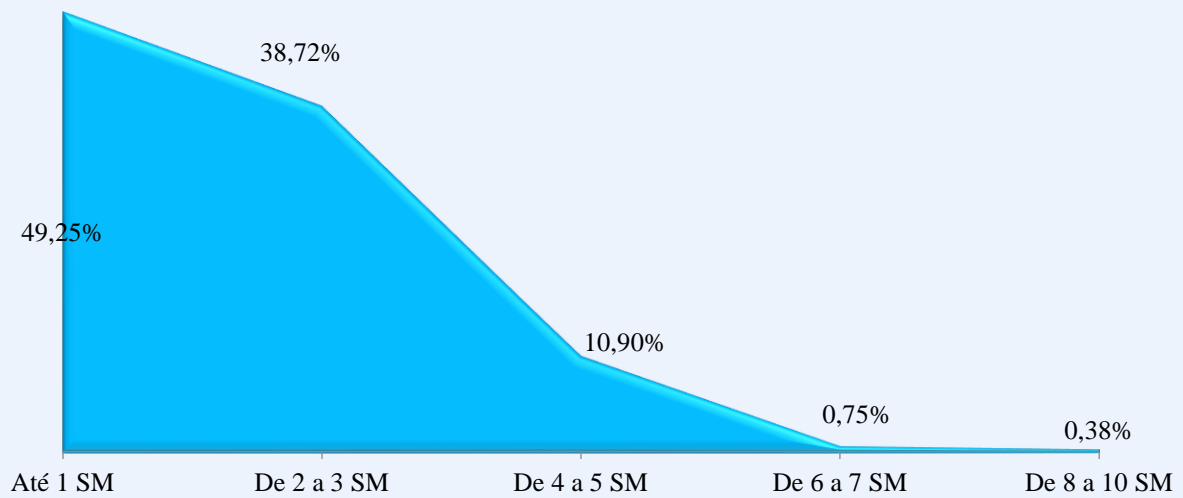
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Grau de Escolaridade



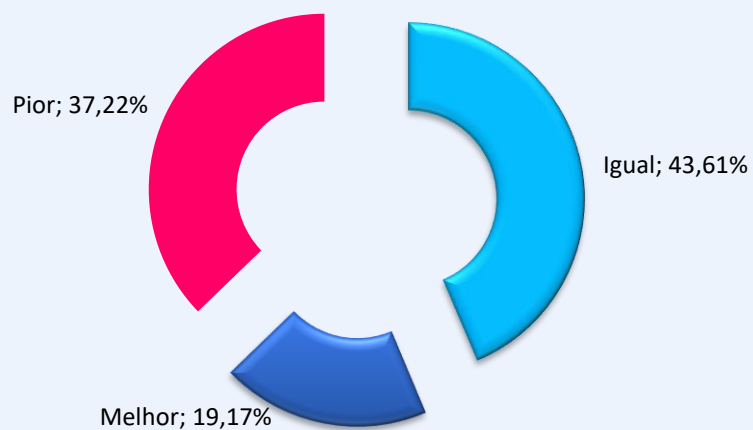
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Renda



Fonte e elaboração: IPF/MS.

Avaliação da Situação Econômico-financeira



Fonte e elaboração: IPF/MS.

2. INTENÇÕES DE CONSUMO

Na busca pela compreensão das interferências do perfil sobre o comportamento do consumidor, observou-se que a avaliação da situação econômico-financeira pode ajudar a explicar a sensibilidade do cliente, quando ocorre o aumento nos preços do ovo de páscoa. Isto porque, apesar da maioria ainda considerar essa situação como igual ao do ano passado, houve aumento daqueles que consideram que houve melhorias. Nesse contexto, diferentemente do ano passado, a maioria compraria da mesma forma (28,31%), diante de um aumento nos preços dos ovos de Páscoa.

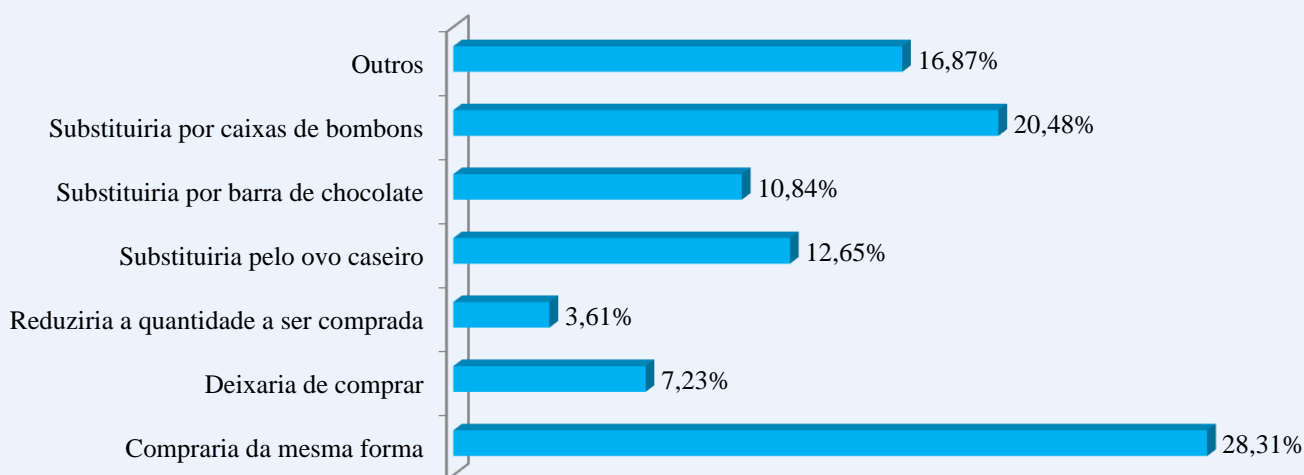
Corroboram com essas melhores comportamentos em termos de movimentação financeira, o aumento da intenção de consumo das famílias, que chegou a zona positiva neste ano, ou seja, zona mais favorável para que a intenção se transforme em demanda efetiva (CNC, 2019).

Logo, 69,47% dos residentes de Três Lagoas comprarão presentes pascoais. A maioria aderirá a 1 presente (38,92%) e os filhos continuarão sendo os maiores beneficiados (29,75%).

Os locais preteridos para compras se voltarão aos supermercados (41,1%). Os empresários desses estabelecimentos precisarão se preocupar com o troco, pois 91,67% dos pesquisados pagarão em dinheiro. Para aqueles que parcelarão, 2 e 3 vezes são as quantidades previstas pela maioria. Mas antes de definir a forma de pagamento, a pesquisa de preço será realizada por 71,10% da população e serão levados em consideração a qualidade (32,65%), preço (28,87%) e o atendimento (13,75%).

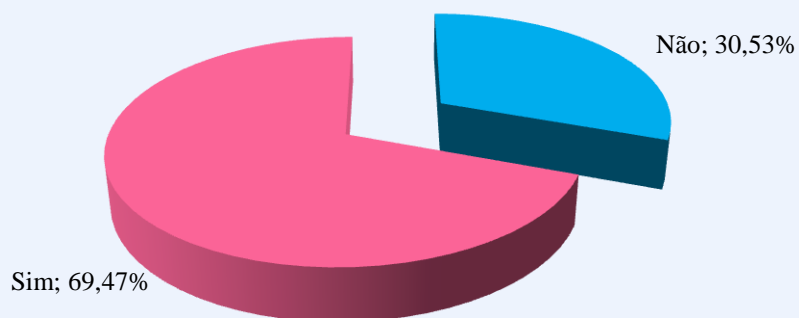
Os gastos poderão chegar ao patamar médio de R\$81,11. Cabe destacar, que haverá maiores permeações entre as faixas de valores maiores de gastos, em relação a 2018.

Sensibilidade dos Potenciais Consumidores em Função de Variações nos Preços



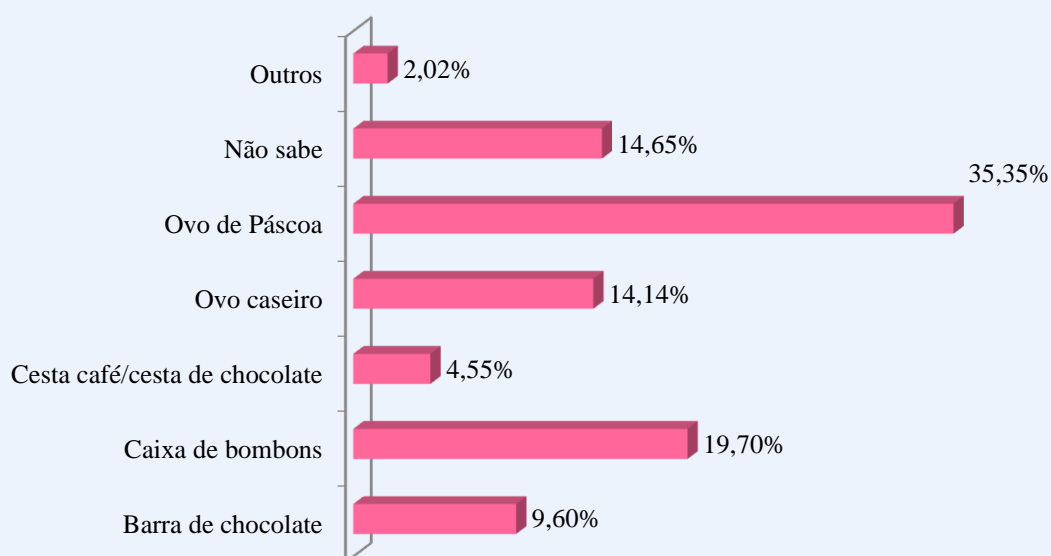
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Pretensões de Compra de Ovos de Páscoa e Similares



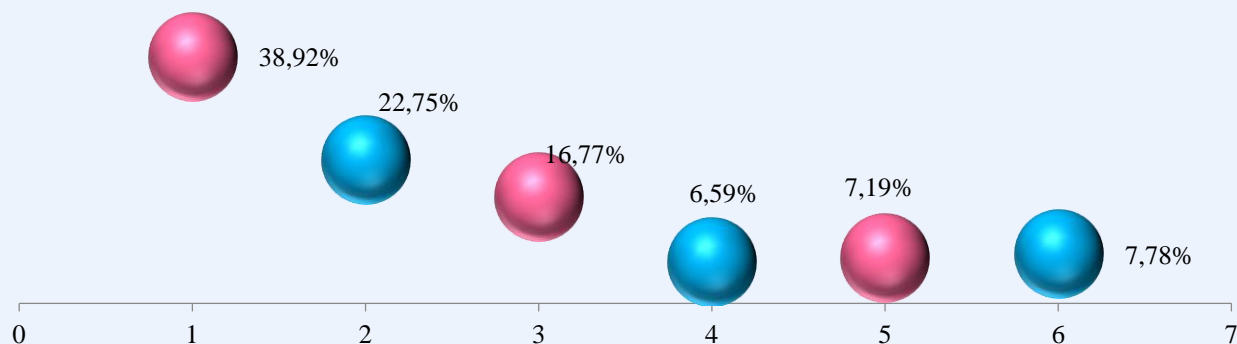
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Preferências de Compras



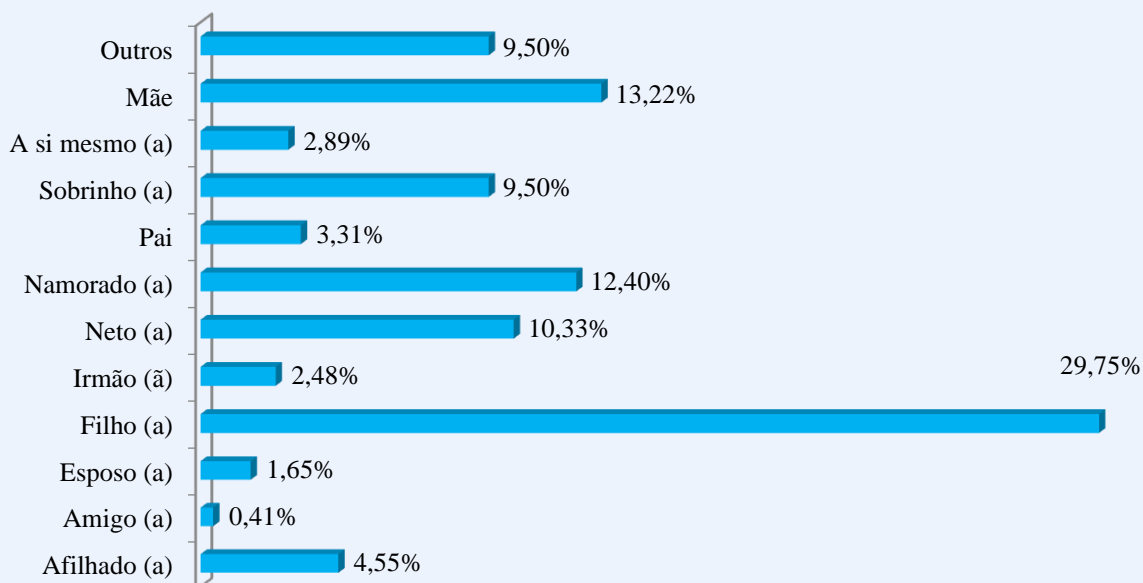
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Quantidade de Itens a Serem Comprados



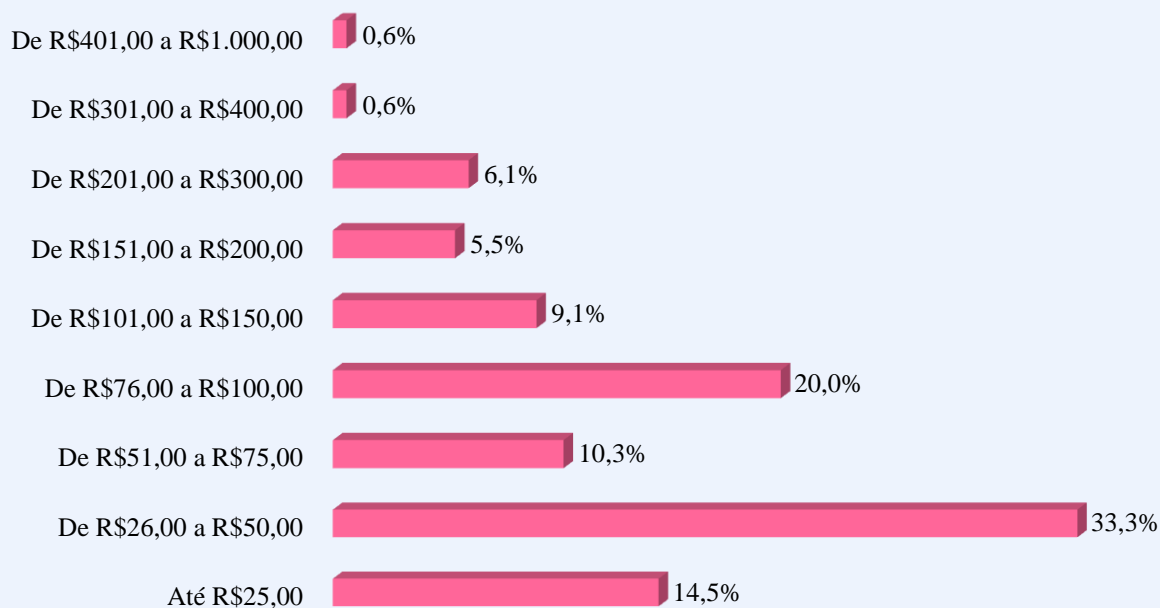
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Presenteados



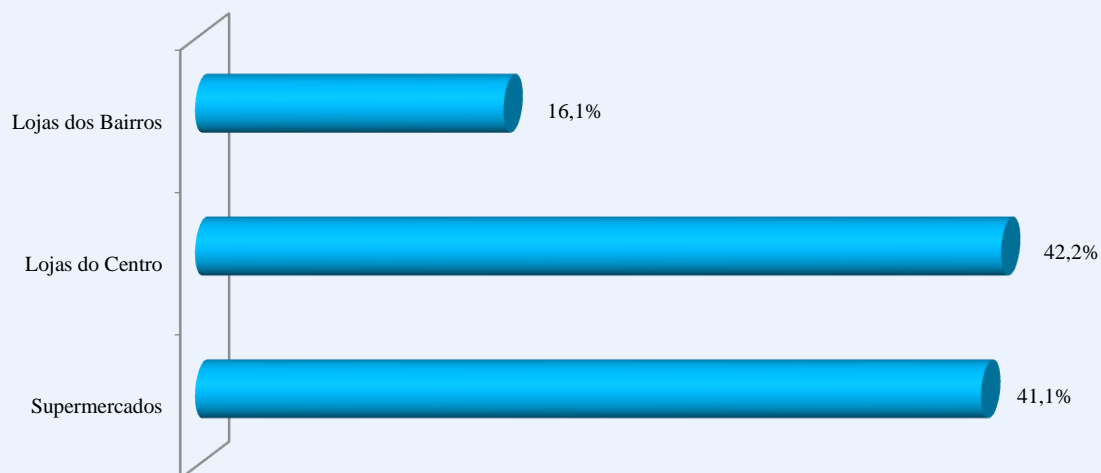
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Pretensões de Gastos



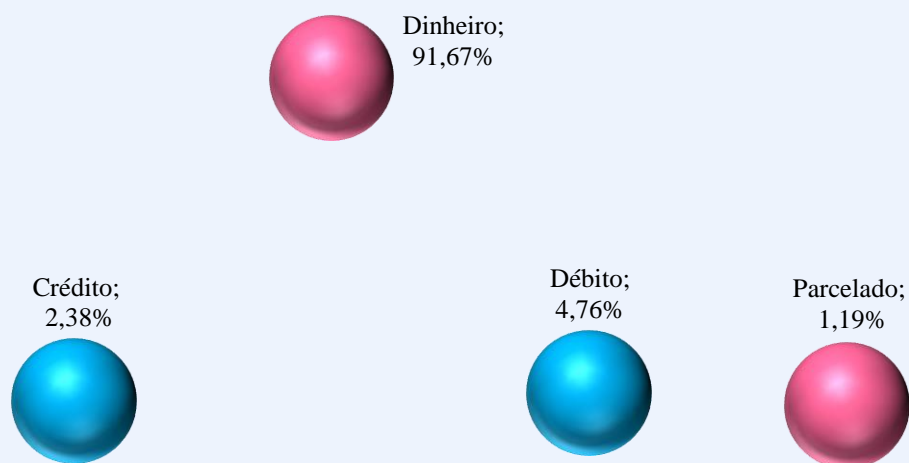
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Locais para Compras



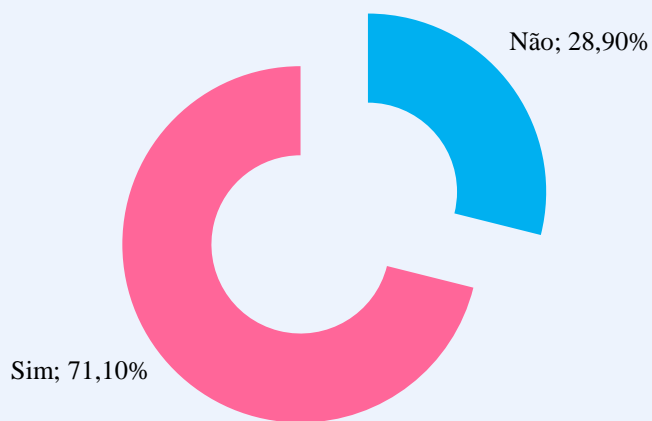
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Forma de Pagamento



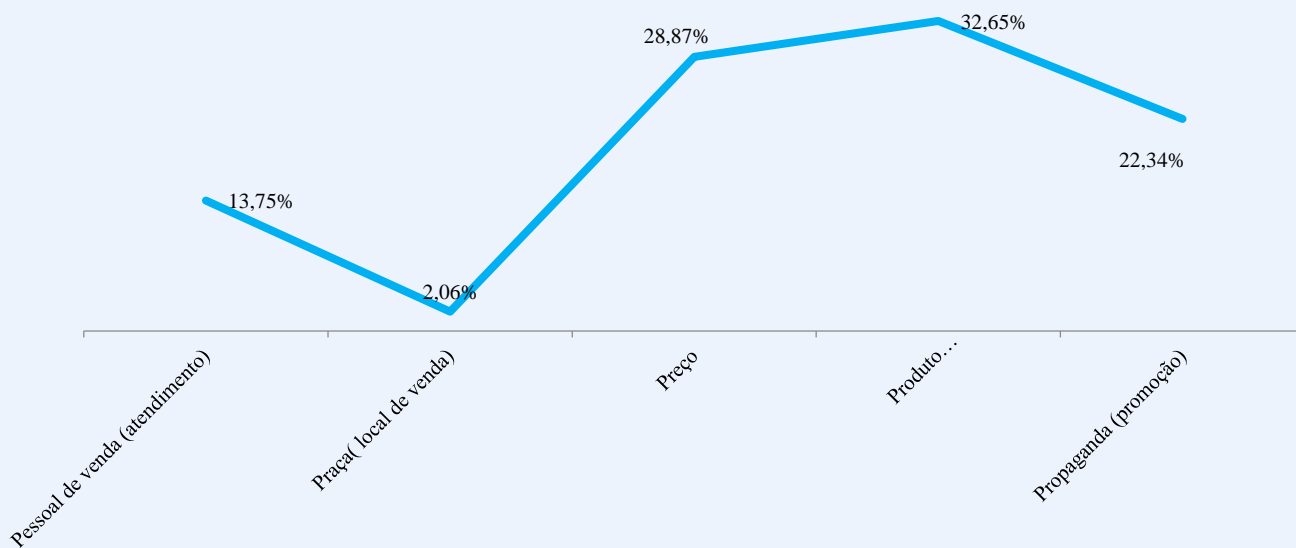
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Percentual da População que Fará Pesquisa de Preço



Fonte e elaboração: IPF/MS.

Elementos Levados em Consideração Durante a Compra



Fonte e elaboração: IPF/MS.

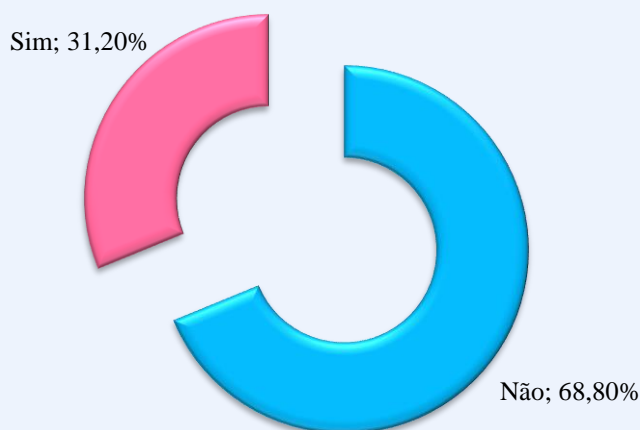
3. INTENÇÕES DE COMEMORAÇÃO

Seguindo as intenções de consumo de ovos de páscoa e similares, também para as comemorações há perspectivas de que sejam decididas na semana da páscoa. Logo, 68,80% enfatizaram que participarão das comemorações e despenderão gasto para tanto.

Dentre as principais atividades comemorativas se destacam: a alimentação em casa (38,2%). Nessa alimentação não poderá faltar peixes (31,37%), como o pintado (21,05%), pacu (16,75%), tilápia (23,92%) e bebidas (22,53%) – cervejas e refrigerantes.

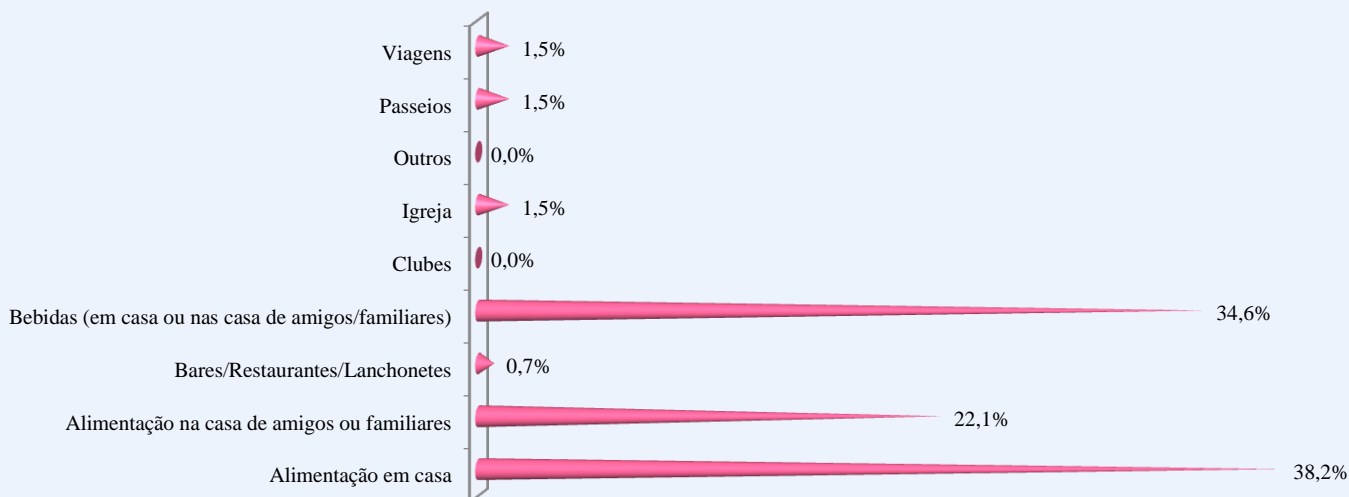
A maioria dos residentes de Três Lagoas preferirão ficar no Estado, então o churrasco deverá acontecer no Domingo de Páscoa para 11,15%.

Percentual de Pessoas que Comemorarão a Páscoa



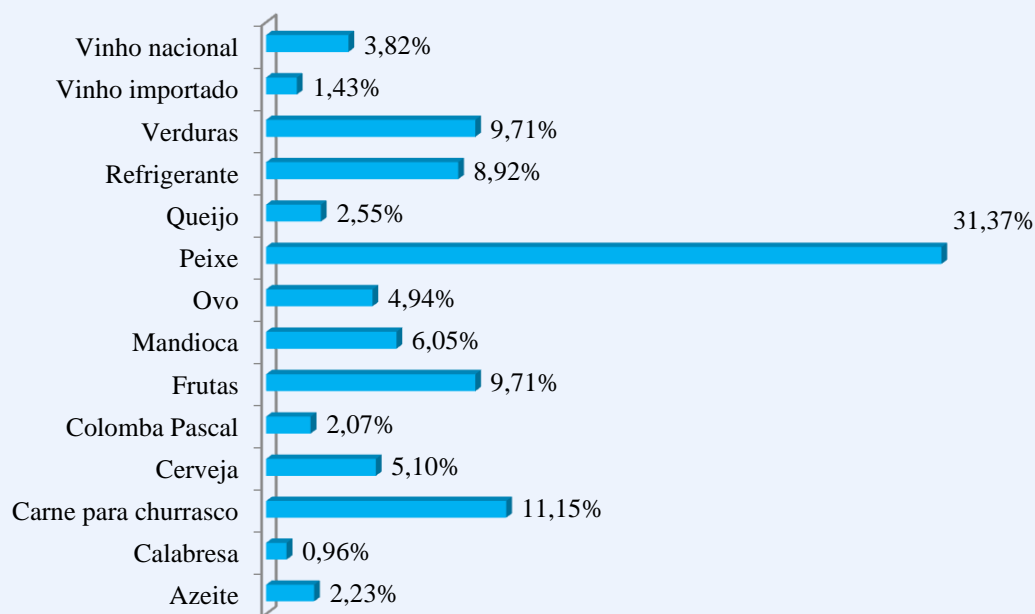
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Principais Formas de Comemoração



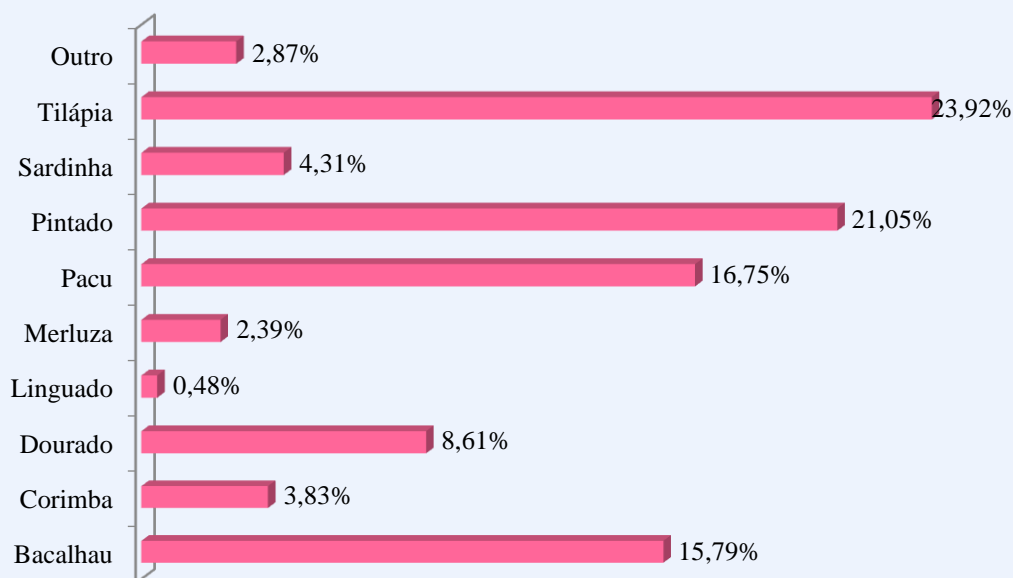
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Produtos Mais Comprados para a Semana Santa e Páscoa



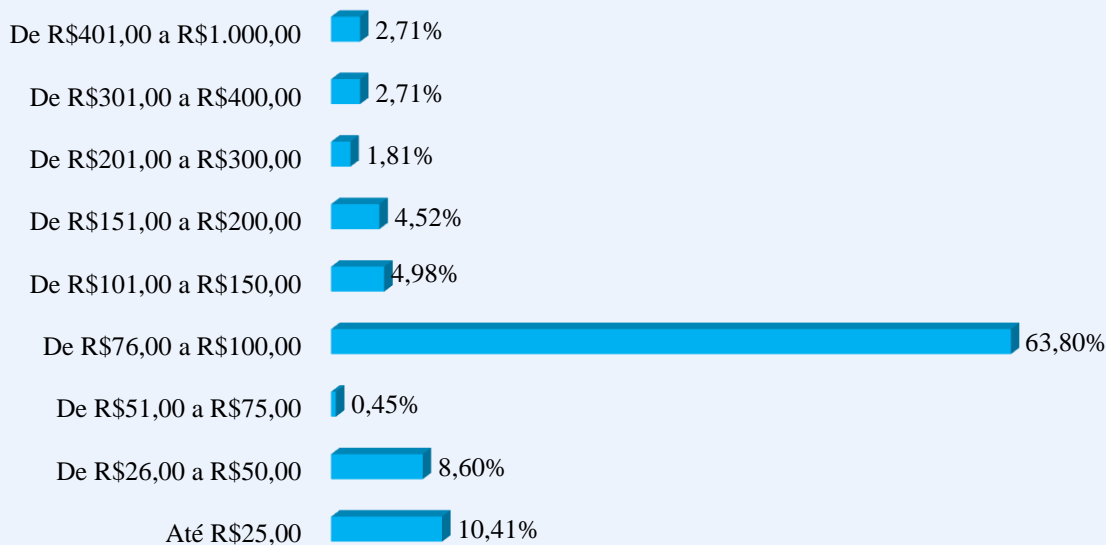
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Preferências – Tipos de Peixes



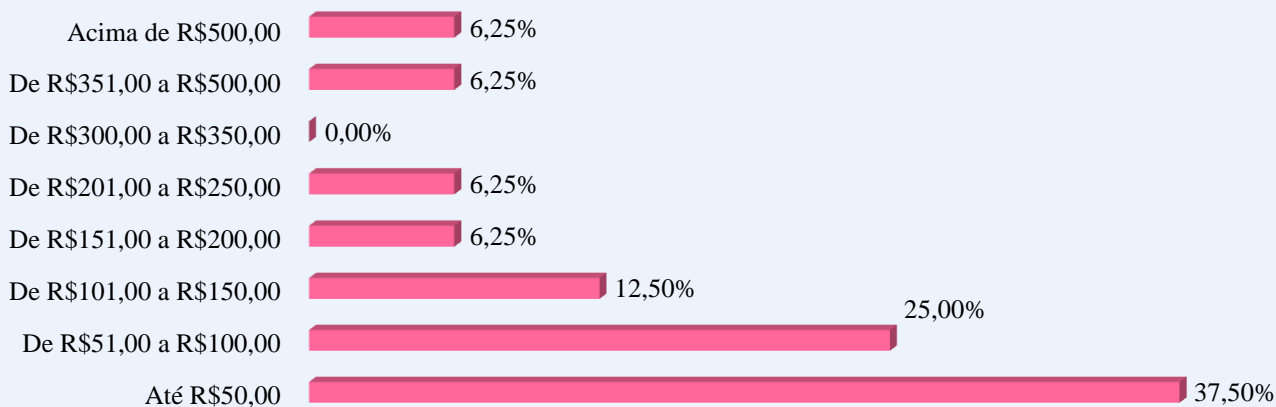
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Gastos com Comemoração



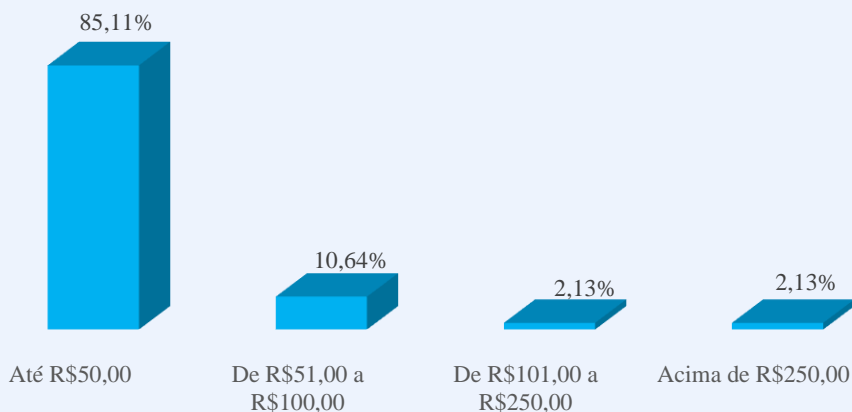
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Gastos com Alimentação em casa



Fonte e elaboração: IPF/MS.

Gastos com Bebidas



Fonte e elaboração: IPF/MS.

4. TENDÊNCIAS DE MOVIMENTAÇÃO FINANCEIRA

A Páscoa de 2019 poderá movimentar em Três Lagoas **R\$5,36 milhões**, cerca de 29,75% a mais que no ano passado. Desses, 63,60% (R\$3,41 milhões) serão destinados a compra de presentes pascoais e 36,40% (R\$1,95 milhão) as comemorações da data.

Nesse sentido, admite-se que embora tenha ocorrido uma leve queda no gasto médio com presentes (-9,94%), houve crescimento do número de pessoas que irão as compras (+16,24 p.p.), que comemorarão (+1,16 p. p.) e nos gastos médios com comemorações (+3,81%).

Logo, 69,47% dos residentes de Três Lagoas comprarão algum artigo de chocolate e gastarão em média R\$81,11. No que tange as comemorações, esses valores serão, respectivamente, de 31,20% e R\$108,25.

Pode-se dizer que alguns fatores contribuíram esses resultados mais otimistas, tais como: melhora da intenção de consumo das famílias; aumento do índice de confiança do empresário; evolução do saldo de emprego (diferença entre admissões e demissões); esperanças políticas (CNC, 2019; CAGED, 2019).

Esta pesquisa traz consigo, informações relevantes acerca do comportamento dos potenciais consumidores, que poderão embasar as tomadas de decisões empresarias.

Dentre os comportamentos, destacam-se: aumento do número de pessoas que serão presenteadas; do maior peso do atendimento no momento das compras; das maiores propensões de consumo nos Shoppings e lojas de bairro. Ou ainda nas comemorações o maior consumo de vinho no Estado.

Quadro 2: Resumo comparativo dos resultados das intenções de consumo e de gastos com presentes de páscoa.

Itens	2019			2018		
	% de pessoas que presentearão	Gasto Médio R\$	Movimentação total R\$	% de pessoas que presentearão	Gasto Médio R\$	Movimentação total R\$
Bonito	94,18%	113,19	930.574	-	-	-
Campo Grande	81,88%	80,62	22.921.303	53,79%	87,88	18.449.763
Corumbá/Ladário	98,70%	82,32	4.719.574	74,23%	73,64	3.594.330
Dourados	79,64%	106,68	5.524.238	49,81%	85,81	4.569.771
Ponta Porã	88,26%	91,67	2.182.478	53,61%	83,33	1.969.102
Três Lagoas	69,47%	81,11	3.410.049	53,23%	90,07	2.728.230
Total dos Municípios pesquisados	83,00%	91,92	39.688.217	55,40%	85,60	31.311.196
MS	83,00%	91,92	76.180.773	55,40%	85,60	61.544.278

Fonte e elaboração: IPF/MS. Obs.: São apenas estimativas.

Quadro 3: Resumo comparativo dos resultados das comemorações com a Páscoa.

Itens	2019			2018		
	% de pessoas que comemorarão	Gasto Médio R\$	Movimentação total R\$	% de pessoas que comemorarão	Gasto Médio R\$	Movimentação total R\$
Bonito	44,36%	86,18	410.640	-	-	-
Campo Grande	45,88%	102,77	14.942.498	28,03%	112,75	12.433.032
Corumbá/Ladário	40,30%	110,02	2.937.163	79,90%	80,28	4.133.285
Dourados	55,65%	107,20	6.427.456	34,21%	98,18	4.641.724
Ponta Porã	38,58%	103,36	1.757.780	41,24%	118,92	2.090.785
Três Lagoas	31,20%	108,25	1.951.728	30,04%	104,28	1.705.308
Total dos Municípios pesquisados	44,02%	104,04	31.146.820	40,04%	138,50	25.004.133
MS	44,02%	104,04	62.137.605	40,04%	138,50	53.043.324

Fonte e elaboração: IPF/MS. Obs.: São apenas estimativas.